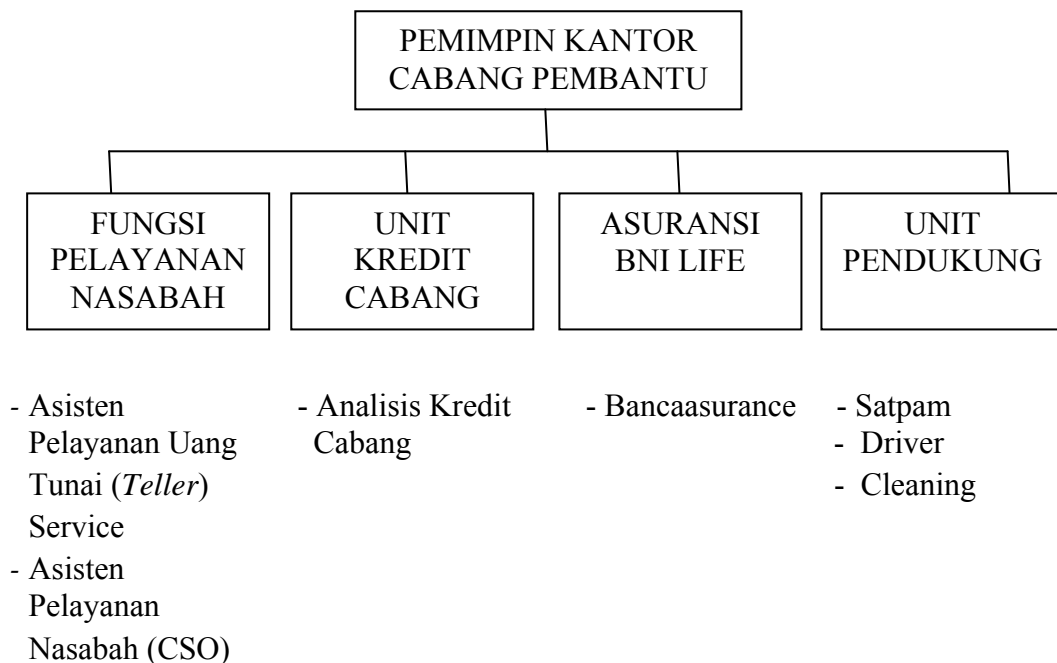


BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian

BNI KCP UNJ merupakan kantor layanan dibawah BNI Kantor Cabang Utama Rawamangun. BNI Kantor Cabang Utama Rawamangun berada dibawah kantor wilayah 12 Jakarta Kota. BNI KCP UNJ memiliki satu pemimpin kantor layanan, dua *Customer Service*, tiga *Teller*, tiga Satpam terbagi dua Satpam Organik dan satu Satpam Jaga Malam, satu *Bancaassurance*, dua pegawai Unit SKC (sentra kredit cabang), satu *Driver* dan satu pegawai *Cleaning Service*. Total pegawai yang ada di BNI KCP UNJ yaitu tiga belas pegawai. Adapun struktur organisasinya, yaitu:



Gambar 3.1
Denah Organisasi BNI KLN

Sumber: Buku BNI Pelatihan 10 Maret 2010

Sedangkan fokus penelitian ini adalah nasabah taplus BNI yang berusia 17-65 tahun. Dengan pertimbangan nasabah pada usia tersebut akan mudah memahami dan mengevaluasi pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang diberikan, telah menjadi nasabah BNI minimal 1 bulan dan nasabah BNI yang sedikitnya bertransaksi di kantor cabang pembantu (Kantor Kas) 1 kali dalam sebulan dalam periode waktu satu tahun terakhir, dengan pertimbangan nasabah telah menggunakan jasa bank dalam periode dan frekwensi transaksi tersebut sehingga mampu melakukan evaluasi. Waktu penelitian dilakukan pada bulan November sampai Desember 2013.

3.2 Metode Penelitian

Desain penelitian yang dilakukan menggunakan disain deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2008:11) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Menurut Hermawan (2006:18) penelitian deskriptif adalah penelitian yang memaparkan suatu karakteristik tertentu dari suatu fenomena. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan menggunakan data primer karena data diambil langsung kepada nasabah BNI KCP UNJ.

Metode ini memerlukan adanya kontak atau hubungan antar peneliti dengan responden untuk memperoleh data yang diperlukan. Penggunaan

metode tersebut dimaksudkan untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas pelanggan.

3.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel Penelitian dan definisi operasional dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen.

Menurut Malhotra (2010:253) variabel independen adalah variabel atau alternatif yang dimanipulasi (yaitu variabel yang diubah-ubah oleh waktu peneliti) dan efeknya diukur serta dibandingkan, dalam hal ini yang merupakan variabel independen adalah:

1. Kualitas pelayanan (X1)
2. Kepuasan nasabah (X2)

Menurut Malhotra (2010:253) variabel dependen adalah variabel yang mengukur pengaruh variabel independen terhadap unit uji. Dalam penelitian ini, variabel dependen adalah loyalitas pelanggan (Y)

Tabel 3.1
Operasional Variabel Penelitian

Variabel/Dimensi	Definisi	Indikator	Skala	Item
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas layanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen, Tjiptono (2007:54)			
Reabilitas/keandalan (Reability)	Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan segera	<ul style="list-style-type: none"> • Akurat • Keterampilan • Kecermatan • Ketelitian • Kemampuan menjawab pertanyaan nasabah 	Likert	1,2, 3,4,

Ketanggapan (<i>Responsivness</i>)	Keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan serta memberikan pelayanan dengan tanggap	<ul style="list-style-type: none"> • Penanganan cepat 	Likert	5,6, 7,8,
Jaminan/kepastian (<i>Assurance</i>)	Perlindungan kepada nasabah	<ul style="list-style-type: none"> • Keamanan Keuangan • Menjaga kerahasiaan nasabah 	Likert	9,10,
Empati/kepedulian (<i>Emphaty</i>)	Bersikap sabar menjadi pendengar yang baik	<ul style="list-style-type: none"> • Akses yang mudah untuk nasabah • Kesopanan dalam menjalin hubungan • Komunikasi yang efektif terhadap nasabah • Paham masalah yang dimiliki nasabah 	Likert	11, 12, 13,
Berwujud/ada bukti fisik (<i>Tangibles</i>)	Fasilitas fisik	<ul style="list-style-type: none"> • Perlengkapan • Karyawan • Sarana komunikasi 	Likert	14,
Kepuasan nasabah (X2)	Zeithaml dan Bitner (2009:107-108) “Kepuasan adalah evaluasi pelanggan terhadap produk atau jasa dapat memenuhi kebutuhan dan harapan”.			
Kualitas produk (<i>Product Quality</i>)	Perasaan puas terhadap kemampuan produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan nasabah	<ul style="list-style-type: none"> • Pemenuhan keinginan nasabah • Kemudahan persyaratan 	Likert	15, 16, 17, 18, 19,
Harga/biaya (<i>Price</i>)	Seimbang antara dana simpanan dengan bunga	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat suku bunga 	Likert	20, 21,
Faktor situasi (<i>Situational Factor</i>)	Faktor situasi dan kenyamanan dalam menggunakan jasa perbankan	<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi kantor • Ruang tunggu • Sarana parkir 	Likert	22, 23, 24, 25, 26,
Faktor Individu (<i>Personal Factor</i>)	Memberikan solusi kepada nasabah	<ul style="list-style-type: none"> • Menggali kebutuhan nasabah • Menawarkan bantuan terakhir 	Likert	27, 28,

Loyalitas pelanggan (Y)	Pelanggan yang tidak hanya membeli ulang suatu barang dan jasa, tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap yang positif terhadap perusahaan jasa. (Gremler dan Brown (dalam Hasan, 2008:83)			
<i>Attitudinal</i>	Niat dan preferensi pelanggan untuk membeli sebuah jasa atau Produk tertentu. Niat untuk membeli atau niat untuk merekomendasi dan preferensi pada suatu perusahaan.	<ul style="list-style-type: none"> •Niat untuk menggunakan jasa tabungan BNI dikemudian hari. •Niat untuk merekomendasikan pada orang lain •Tidak akan tergoda oleh daya tarik pesaing •Tidak akan pindah ke bank lain •Akan membeli produk lainnya di bank yang sama. 	Likert	29, 30, 31, 32, 33
<i>Behavioral</i>	Keputusan konsumen apakah mereka ingin membeli produk. Biasanya berdasarkan jumlah pembelian dan diukur dengan melihat dari banyaknya frekwensi pembelian dan perpindahan merek	<ul style="list-style-type: none"> •Melakukan pembelian secara teratur •Menolak produk atau jasa dari perusahaan lain •Menarik pelanggan baru untuk perusahaan 	Likert	34, 35, 36

Sumber: Data diolah peneliti

3.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data sekunder melalui studi kepustakaan, sedangkan data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini dikumpulkan dengan teknik survei, yaitu menggunakan kuesioner. Data primer didapatkan secara langsung dari responden berkaitan dengan permasalahan yang diteliti dengan menyebar kuesioner kepada

responden yang sebelumnya telah disiapkan oleh peneliti, selain itu pula peneliti melakukan wawancara untuk memperkuat data.

Dengan demikian, pengumpulan data akan dilakukan dengan dua cara:

a. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan dilakukan untuk mendapatkan data sekunder melalui literatur yang berhubungan dengan penelitian ini seperti majalah, koran, internet, dan sebagainya.

b. Studi lapangan

Penelitian ini termasuk penelitian survei. Penelitian survei dilakukan dengan membagikan daftar pertanyaan/kuesioner kepada responden sebagai sampel untuk mendapatkan data primer.

Kuesioner yang digunakan memakai pertanyaan tertutup, dalam kategori jawaban atas pertanyaan yang telah tersedia, sehingga responden diminta untuk memilih jawaban dari daftar pilihan jawaban yang tersedia, dan meminta responden untuk memberikan penilaian berdasarkan skala kategori yang merefleksikan respon tertentu. Dalam penelitian survei, kondisi penelitian tidak dimanipulasi oleh peneliti.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Malhotra (2010:132), menyatakan bahwa data primer adalah data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan masalah riset. Memperoleh data primer memerlukan biaya dan waktu yang banyak, hal ini disebabkan data primer diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui

perantara). Sedangkan data sekunder menurut Malhotra (2010:132) adalah data-data yang diperoleh dari sumber data, yang tidak diperoleh secara langsung oleh peneliti yang dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang dihadapi.

Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari jawaban responden melalui kuesioner. Metode ini dilakukan dengan cara menyebar daftar pertanyaan tertulis kepada responden untuk memperoleh data berupa jawaban-jawaban yang nantinya akan diolah dan dianalisis dalam penelitian. Malhotra (2010:335), menyatakan bahwa kuesioner adalah teknik terstruktur untuk memperoleh data yang terdiri dari serangkaian pertanyaan tertulis atau verbal, yang dijawab responden. Bentuk kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup, yaitu seperangkat pertanyaan yang telah disediakan sejumlah alternatif jawabannya untuk dipilih oleh setiap responden dengan kategoriskala Likert penilaian lima. Sedangkan sumber data sekunder diperoleh berupa brosur produk, data perusahaan, buku profil, literatur, internet, penelitian terdahulu dan jurnal kumpulan tulisan dari beberapa ahli.

Menurut Malhotra (2010:256) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian. Instrumen pada penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner dimana sejumlah pertanyaan tertulis dan terstruktur yang diberikan kepada responden sehingga diperoleh jawaban yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Menurut Malhotra (2010:308), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Sedangkan menurut Malhotra (2010:308), skala Likert adalah skala pengukuran dengan lima kategori respon yang berkisar antara “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju” yang mengharuskan responden menentukan derajat persetujuan atau ketidak-setujuan responden terhadap masing-masing dari serangkaian pernyataan mengenai obyek stimulus. Dalam hal ini, variabel bebas maupun variabel terikat digunakan skala lima tingkat, yang terdiri dari: Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Kurang Setuju (KS), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS).

Tabel 3.2
Pengukuran Skala Likert

No	Keterangan
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)
2.	Tidak Setuju (TS)
3.	Kurang Setuju (KS)
4.	Setuju (S)
5.	Sangat Setuju (SS)

Sumber: Data diolah peneliti

Penyebaran kuesioner dilakukan pada saat konsumen datang ke BNI KCP UNJ dimana konsumen yang akan menggunakan jasa pelayanan perbankan BNI KCP UNJ. Sedangkan tempat penyebaran kuesioner yaitu pada BNI KCP UNJ.

3.4.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen menurut Arikunto (2010:211). Suatu instrumen di katakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan serta dapat mengungkap dalam variabel yang diteliti secara tetap. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud.

Validitas didefinisikan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrument pengukur (test) dalam melakukan

Suatu instrumen dinyatakan sah jika instrumen itu mampu mengukur apa yang hendak diungkap. Nilai validitas dicari dengan menggunakan *Pearson Product Moment* yaitu pengujian validitas terhadap korelasi skor item pertanyaan dengan skor total sebagai kriterianya. Adapun syarat minimum untuk dianggap valid adalah nilai r hitung > dari nilai r tabel, r hitung yaitu sebesar 0,361.

$$r_{xy} = \frac{n\sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{[n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2][n\sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi

n = jumlah observasi/responden

x = skor pertanyaan

y = skor total

Data bisa dikatakan valid apabila r hitung lebih besar dibandingkan dengan r table.

Uji validitas dapat dilakukan dengan melihat korelasi antara skor masing-masing item dalam kuesioner dengan total skor yang ingin diukur yaitu menggunakan *Coefficient Corelation Pearson* dalam SPSS. Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

1. Jika r hitung $\geq r$ tabel maka instrumen atau *item-item* pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan sah).
2. Jika r hitung $< r$ tabel maka instrumen atau *item-item* pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak sah).

Berdasarkan dari penjelasan diatas maka hasil perhitungan uji validitas sebagai berikut:

3.4.1.1 Uji validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Dari hasil uji validitas tersebut yang telah dilakukan terhadap variabel Kualitas Pelayanan (X1) diambil kesimpulan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan sah karena r hitung $> r$ tabel dan *item-item* berkorelasi signifikan sehingga tidak perlu dikeluarkan atau diperbaiki (*Valid*).

Tabel 3.3**Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan**

Nomor	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Pernyataan ke-1	0.547	0,361	Valid
Pernyataan ke-2	0.407	0,361	Valid
Pernyataan ke-3	0.631	0,361	Valid
Pernyataan ke-4	0.627	0,361	Valid
Pernyataan ke-5	0.715	0,361	Valid
Pernyataan ke-6	0.651	0,361	Valid
Pernyataan ke-7	0.510	0,361	Valid
Pernyataan ke-8	0.781	0,361	Valid
Pernyataan ke-9	0.473	0,361	Valid
Pernyataan ke-10	0.738	0,361	Valid
Pernyataan ke-11	0.693	0,361	Valid
Pernyataan ke-12	0.647	0,361	Valid
Pernyataan ke-13	0.534	0,361	Valid
Pernyataan ke-14	0.592	0,361	Valid

Sumber: Data diolah peneliti

3.4.1.2 Uji Validitas Variabel Kepuasan nasabah (X2)

Dari hasil uji validitas yang telah dilakukan terhadap variabel Kepuasan nasabah (X2) diambil kesimpulan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan sah karena $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ dan item-item berkorelasi signifikan yaitu $r \text{ tabel}$ sebesar 0,361

Tabel 3.4**Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan**

Nomor	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Pernyataan ke-1	0.430	0,361	Valid
Pernyataan ke-2	0.406	0,361	Valid
Pernyataan ke-3	0.717	0,361	Valid
Pernyataan ke-4	0.831	0,361	Valid

Pernyataan ke-5	0.816	0,361	Valid
Pernyataan ke-6	0.404	0,361	Valid
Pernyataan ke-7	0.429	0,361	Valid
Pernyataan ke-8	0.752	0,361	Valid
Pernyataan ke-9	0.759	0,361	Valid
Pernyataan ke-10	0.711	0,361	Valid
Pernyataan ke-11	0.401	0,361	Valid
Pernyataan ke-12	0.790	0,361	Valid
Pernyataan ke-13	0.751	0,361	Valid
Pernyataan ke-14	0.414	0,361	Valid

Sumber: Data diolah peneliti

3.4.1.3 Uji Validitas Variabel Loyalitas pelanggan (X3)

Dari hasil uji validitas yang telah dilakukan terhadap Variabel Loyalitas pelanggan (Y) diambil kesimpulan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan sah karena r hitung $>$ r tabel dan item-item berkorelasi signifikan sehingga tidak perlu dikeluarkan atau diperbaiki (*Valid*).

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Nasabah

Nomor	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Pernyataan ke-1	.525	0,361	Valid
Pernyataan ke-2	.678	0,361	Valid
Pernyataan ke-3	.866	0,361	Valid
Pernyataan ke-4	.841	0,361	Valid
Pernyataan ke-5	.643	0,361	Valid
Pernyataan ke-6	.589	0,361	Valid
Pernyataan ke-7	.695	0,361	Valid
Pernyataan ke-8	.735	0,361	Valid

Sumber: Data diolah peneliti

3.4.2 Uji Reliabilitas

Penerapan uji ini dengan maksud untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan atau konsisten instrumen tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda.

Uji keandalan dilakukan terhadap pertanyaan-pertanyaan yang sudah sah, guna mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran kembali terhadap gejala yang sama. Sedangkan menurut Sugiyono (2006:10) mengemukakan bahwa reliabilitas menunjukkan suatu pengertian bahwa instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data, karena instrument itu sudah baik. Dalam penelitian ini akan menggunakan konsistensi internal untuk mengukur reliabilitas alat ukur. Adapun metode perhitungan koefisien reliabilitas yang digunakan adalah metode *Alpha Crobach*. Setelah nilai koefisien diperoleh, maka perlu ditetapkan suatu nilai koefisien reliabilitas dianggap reliabel. Suatu instrument penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien Alpha Cronbach atau sama dengan 0,70 (Hair, Tatham & Black, 2006:88).

3.4.3 Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 3.6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0.907	Reliable
Kepuasan Nasabah (X2)	0.911	Reliable
Loyalitas Pelanggan (Y)	0.830	Reliable

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel 3.6 nilai korelasi Alpha Cronbach variabel kualitas pelayanan (X1) $\alpha = 0.907$, kepuasan nasabah (X2) $\alpha = 0.911$, dan loyalitas pelanggan (Y) $\alpha = 0.830$, dapat disimpulkan bahwa hasilnya reliabel atau koefisien Alpha Cronbach lebih besar atau sama dengan 0.70

3.5 Populasi dan Sampel

Langkah pertama dalam penelitian adalah menentukan populasi. Menurut Malhotra (2010:370) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan menurut Malhotra (2010:371) populasi adalah sebagai gabungan seluruh elemen yang memiliki serangkaian karakteristik serupa, yang mencakup semesta untuk kepentingan masalah riset pemasaran. Populasi pada penelitian ini adalah pengguna atau nasabah BNI KCP UNJ.

Tidak semua populasi dapat diteliti dalam suatu penelitian. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yaitu keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu. Oleh sebab itu, peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang telah ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut dapat mewakili yang lainnya maka digunakanlah sampel. Menurut Malhotra (2010:371) sampel adalah sub kelompok populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi. Penggunaan sampel bertujuan untuk mempermudah penelitian, yaitu dengan mengambil sebagian objek populasi yang tidak memberikan peluang yang sama untuk menjadi sampel sehingga sampel tersebut dapat mewakili populasi yang diteliti. Dalam penelitian ini yang akan dijadikan sampel adalah pengguna atau nasabah BNI KCP UNJ.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. Menurut Malhotra (2010:377) *nonprobability sampling* adalah teknik yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *nonprobability sampling* atas setiap nasabah taplus BNI KCP UNJ yang memenuhi kriteria populasi. Kriteria populasi adalah nasabah yang telah memiliki taplus BNI dan bertransaksi di BNI KCP UNJ, berusia 17 tahun keatas, telah menjadi nasabah minimal 6 bulan dan sedikitnya bertransaksi di kantor cabang pembantu 1 kali dalam sebulan. Populasi nasabah taplus biasa di BNI KCP UNJ berjumlah 125. Jumlah tersebut hanya mencakup nasabah BNI KCP UNJ.

Menurut Husein Umar (2008:78) jika jumlah populasi diketahui, maka jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)}$$

Dimana: n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sample dalam penelitian, presisi yang digunakan dalam penelitian ini 5%, sehingga ukuran sample dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

$$n = \frac{125}{1 + 125 \cdot 0.05^2}$$

$$n = \frac{125}{1,3125}$$

$$n = 95$$

Sehingga jumlah sampel yang penulis teliti menurut Husein Umar (2008:78) untuk populasi tersebut adalah 95 responden.

3.6 Metode Analisis

3.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda

3.6.1.1 Persamaan Regresi

Analisis Regresi digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen (Y) dapat diprediksi melalui variabel independen (X) secara individual. Adapun perhitungan persamaan persamaan regresi linear sederhana dilakukan dengan menggunakan rumus menurut Malhotra (2010:579) sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = Loyalitas pelanggan

a = Konstanta

b_1b_2 = Koefisien regresi

X_1 = Kualitas Pelayanan

X_2 = Kepuasan nasabah

3.6.2 Uji Persyaratan

3.6.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Data yang baik

adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yaitu distribusi data tersebut tidak condong ke kanan atau kiri, tetapi bentuk lonceng. Dalam penelitian ini akan digunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0,05 atau 5%.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

3.6.3.1 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah adanya suatu hubungan linear yang sempurna antara beberapa atau semua variabel independen. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen menurut Handoko Riwidikdo (2009:127).

Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Terjadinya multikolinearitas disebabkan adanya saling korelasi antar variabel bebas itu sendiri, sehingga dalam hal ini sulit untuk diketahui variabel bebas mana yang mempengaruhi variabel tidak bebas. Gejala multikolinearitas dapat dilihat pada nilai VIF apabila < 10 mengindikasikan

bahwa dalam model tidak terjadi multikolinieritas, tetapi bila $VIF > 10$, mengindikasikan bahwa dalam model terjadi multikolinieritas yang serius.

3.6.3.2 Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, Maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model Regresi yang baik adalah yang Homokedastisitas atau Heterokedastisitas atau tidak terjadi Heterokedastisitas menurut Handoko Riwidikdo (2009:79) menunjukkan timbulnya gejala kesalahan varians gangguan yang menyebabkan tidak samanya probabilitas varians independen.

3.6.4 Uji Hipotesis

3.6.4.1 Uji t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen dengan hipotesis sebagai berikut menurut Handoko Riwidikdo (2009:80). yaitu:

1. $H_0 : \beta_i = 0$ artinya variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen
2. $\beta_a : \beta_i \neq 0$ artinya variabel independen merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen

3.6.4.2 Uji F

Uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen menurut Handoko Riwidikdo (2009:127). Uji ini dilakukan dengan membandingkan antara nilai F hitung dengan nilai F tabel dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar 5%. Jika nilai F hitung lebih besar dari F tabel maka secara serentak seluruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

Selain itu, dapat juga dengan melihat nilai probabilitas. Jika nilai probabilitas lebih kecil daripada 0,05 (untuk signifikansi = 5%), maka variabel independen secara serentak berpengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan jika nilai probabilitas lebih besar daripada 0,05 maka variabel independen secara serentak tidak berpengaruh pada variabel dependen.

3.6.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Bowerman (2001:39-53) koefisien determinan (R^2) berguna untuk mengetahui besarnya kemampuan variabel independen sebagai prediktor dalam menjelaskan variabel dependen. Bertujuan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisis regresi, dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi (R^2) nol variabel independen

sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Selain itu koefisien determinasi dipergunakan untuk mengetahui presentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X).

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh Modal Sendiri sebagai variabel X dan Sisa Hasil Usaha (SHU) sebagai variable Y. Rumus yang di gunakan adalah :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Sumber : J. Sarwono (2006:87)

Keterangan :

Kd = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi